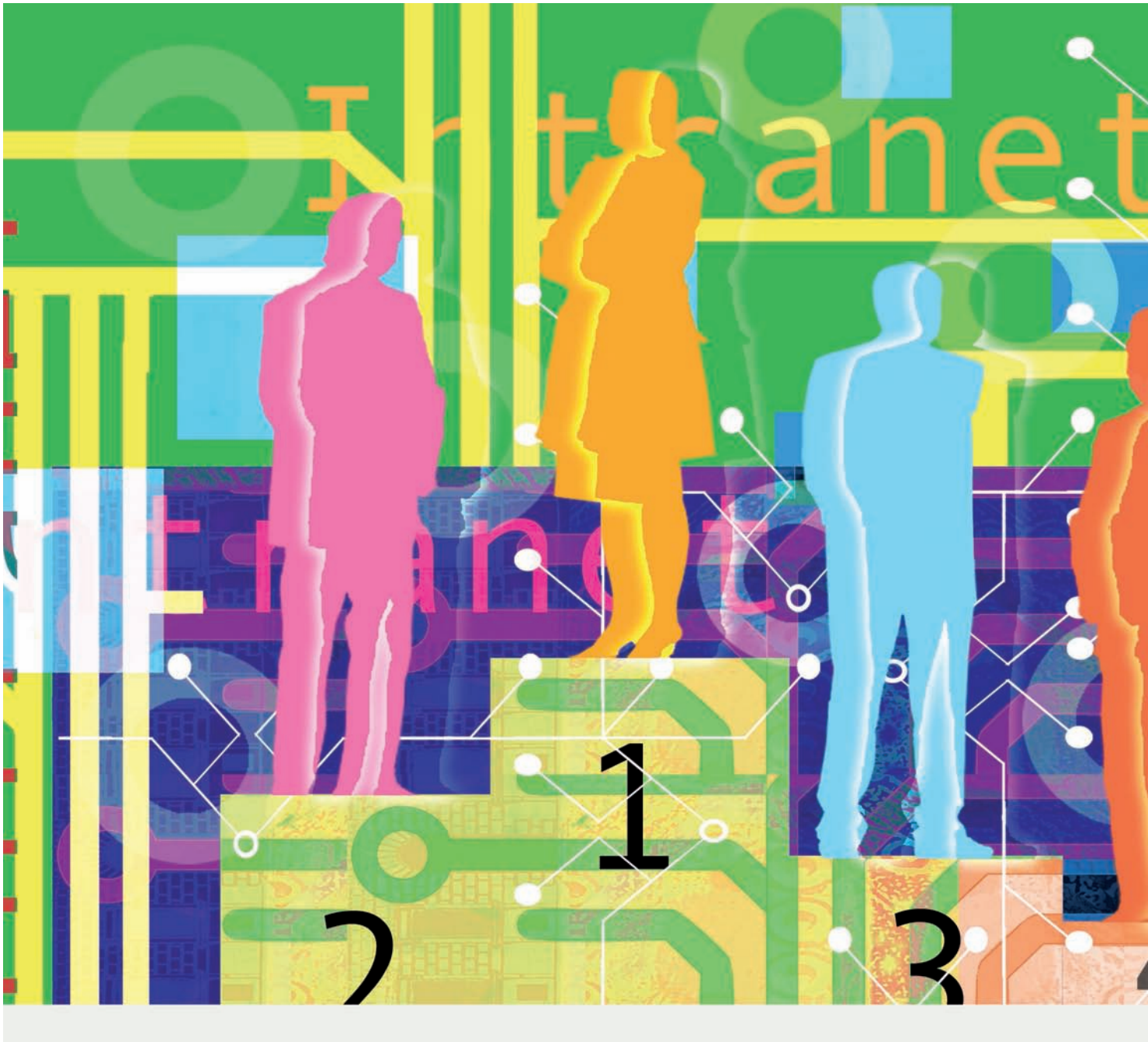

LE PALMARÈS DU PRIX INTRANET 2011

Pour sa 14e édition, le Prix Intranet organisé par le groupe Cegos et *Entreprise & Carrières* a récompensé, ce 21 novembre, France Télévisions, Groupama, PagesJaunes et le conseil régional d'Île-de-France.

L'ESSENTIEL

1 **Le prix a été remis à France Télévisions** pour son intranet lancé symboliquement en même temps que l'entreprise commune, pour fédérer les salariés issus des différentes chaînes.

2 **Groupama a été récompensé dans la catégorie e-RH et management,** pour son intranet dédié à la mobilité. **PagesJaunes a été distingué, dans la catégorie communautés virtuelles et *knowledge management***, pour son projet de plate-forme collaborative consacré à l'innovation.

3 Le jury a également décerné un prix à **l'extranet du conseil régional d'Île-de-France** à destination des agents des lycées.

A l'occasion de la 14e édition du Prix Intranet, parmi les 37 dossiers retenus, le jury a décidé de remettre le Prix Intranet 2011 à France Télévisions pour son projet Monespace, premier outil commun à l'ensemble des salariés, puissant vecteur de communication et plate-forme de collaboration.

Monespace
L'intranet de France Télévisions

Lancé symboliquement le même jour que la création de l'entreprise commune France Télévisions le 4 janvier 2010, le site intranet Monespace, destiné aux 8 500 collaborateurs du groupe, fait désormais partie de leur quotidien. Outre la construction d'une culture commune, il vise à faire adopter des processus de travail harmonisés et à encourager la transversalité. Les collaborateurs y trouvent des informations utiles au quotidien, des actualités liées aux métiers, des informations RH et des informations locales et de proximité, alimentées par un réseau d'une centaine de contributeurs régionaux, une originalité du site qui en fait une de ses richesses. Aux fonctionnalités des anciens intranets, de nouvelles s'ajoutent comme la vidéo, les espaces collaboratifs, les audiences, les jeux et quiz en ligne, etc. De plus, les fonctionnalités collaboratives se déclinent à différents degrés.
Entre 4 000 à 5 000 visiteurs s'y rendent chaque jour. Les pages les plus consultées sont l'annuaire, les jeux et les quiz, le site RH, les offres de mobilité, les audiences et les petites annonces.

AU SOMMAIRE

P.22 FRANCE TÉLÉVISIONS
Monespace, outil de conquête de l'entreprise unifiée

P.23 GROUPAMA
Mouvy accompagne la mobilité des salariés

P.24 PAGESJAUNES GROUPE
Sur Eureka, les collaborateurs sont source d'innovation

P.26 RÉGION ÎLE-DE-FRANCE
Elien tisse la toile des agents des lycées

P.27 ENTRETIEN AVEC GUILLAUME GUÉNÉGOU
« Les réseaux sociaux d'entreprise placent le collaborateur au cœur des échanges »

Mouvy
L'intranet de Groupama

Née en mars 2011, la nouvelle version de Mouvy, l'intranet de Groupama dédié à la mobilité, découle clairement d'une volonté du groupe de favoriser la mobilité interentreprises, portée par un accord d'entreprise sur le sujet. Et le baromètre d'opinion interne de cette mutuelle d'assurance montre également que les salariés attendent d'elle qu'elle leur ouvre des parcours professionnels. Le groupe connaît plus de 2 000 mobilités par an en France.
Le site leur apporte des informations sur les différents métiers et les parcours professionnels au sein du groupe. Des fiches métiers et un GPS métiers leur permettent de mieux visualiser les évolutions possibles. Des témoignages vidéos de collaborateurs illustrent aussi concrètement la démarche.
Des conseils de recruteurs accompagnent le collaborateur à chaque étape, de la construction de son projet en passant par la rédaction de son CV et de sa lettre de motivation, jusqu'à la préparation des entretiens.
Depuis sa mise en ligne et jusqu'à la fin du mois d'octobre 2011, 550 visites en moyenne par jour ont été recensées et 2 965 candidatures ont été déposées, soit + 22 % par rapport à la même période en 2010.

Eurêka
La plate-forme collaborative de PagesJaunes

Avec Eurêka, sa plate-forme collaborative dédiée à l'innovation déployée en septembre 2010, PagesJaunes a choisi d'associer ses collaborateurs à sa transformation. Le groupe fait en effet évoluer son positionnement historique "d'annuairiste" pour devenir un des acteurs incontournables d'Internet.
Le nouvel intranet est l'un des moyens non seulement de faire adhérer les salariés à la nouvelle stratégie, de changer les comportements managériaux en décloisonnant et en favorisant les échanges transverses, mais aussi de renforcer la culture d'innovation et de développer l'esprit d'initiative.
Les idées émises le sont soit spontanément, soit répondent à des "défis" lancés par les directions opérationnelles. Examinées par des experts, ces idées passent au filtre des managers qui arbitrent sur leur mise en œuvre.
Un *community manager* assure en permanence la publication de contenus qui annoncent les nouveautés, motivent et relancent les salariés. La plupart des propositions concernent de nouveaux services ou des évolutions fonctionnelles. Après un an, plus de 2 900 ont été déposées sur Eurêka et 33 sont déjà déployées.

eLien
L'extranet des agents des lycées de la région Île-de-France

En Île-de-France, la décentralisation aura conduit 8 500 agents des lycées à intégrer la fonction publique territoriale, et plus précisément le conseil régional. Afin d'insérer ce personnel venant de l'Éducation nationale, aux parcours et culture très différents de ceux des agents du siège du conseil régional, et de communiquer de façon optimale avec eux, la collectivité a choisi de construire un extranet, lancé en novembre 2009.
Courriers personnalisés, mode

d'emploi, sessions d'accueil pédagogiques ont contribué à l'accompagnement du projet. Rattaché à l'intranet du conseil régional, eLien leur donne accès à toutes les actualités de l'institution régionale, aux informations relatives au déroulement de carrière, à la formation, aux rémunérations, aux prestations sociales et à l'hygiène et sécurité. Ils ont aussi accès à un clip RH vidéo, qui fournit des conseils pour rédiger leur CV et préparer leur entretien en vue d'une mobilité. Depuis le lancement du site, 837 postes ont été ouverts et 366 agents des lycées ont effectué une mobilité. ■

VIRGINIE LEBLANC

Jury du Prix Intranet 2011

Président du jury

Antoine Sire
Directeur marque, communication et qualité
Groupe BNP Paribas

Membres du jury

Philippe Cuénot
Directeur des ressources humaines et de la communication interne
Bouygues Télécom

Sandrine Deparis
Responsable de la communication multimédia
Suez Environnement, lauréat 2010

Olivier Grob
Directeur technique
ERDF, lauréat 2010

Thierry Hellin
Directeur général adjoint
Pierre & Vacances Center Parcs, lauréat 2010

Béatrice Javary
Directrice de la communication
Simply Market, lauréat 2010

Michel Kalika,
Professeur
Université Paris-Dauphine

Thierry Parmentier
Directeur des ressources humaines
Technip

Gina de Rosa
Rédactrice en chef
Entreprise & Carrières

FRANCE TÉLÉVISIONS

MONESPACE, OUTIL DE CONQU DE L'ENTREPRISE UNIFIÉE

Monespace, premier outil commun à tous les collaborateurs du groupe audiovisuel, a permis d'unifier la communication et d'améliorer la diffusion de l'information. Il offre également aux salariés de nouveaux espaces de collaboration.

Le 4 janvier 2010, tous les écrans d'ordinateurs des collaborateurs de France Télévisions s'ouvrent sur un objet non identifié jusque-là : un site intranet commun aux 8 500 collaborateurs, dénommé Monespace. Espace pour signifier à la fois l'idée de conquête face au défi de la réorganisation mais aussi l'innovation technologique liée au passage au numérique. France Télévisions est en effet en pleine mutation. La loi du 5 mars 2009 a rendu effective sur le plan juridique la transformation du groupe France Télévisions en entreprise commune. « Nous avons voulu une symbolique forte avec le lancement de la plate-forme le jour de la création de l'entreprise commune », rappelle Ève Demumieux, directrice de la communication interne de France Télévisions. *Exit* les différents intranets des cinq chaînes.

Informations utiles au quotidien

« Monespace est le premier outil commun avec la messagerie », poursuit Mathilde Lafaye de Micheaux, chargée de la gestion éditoriale à la direction de la communication interne. Un nouvel outil destiné à offrir une vision stratégique partagée, à fédérer les collaborateurs au sein de leur nouvelle entité et à partager des valeurs communes. « La construction d'une culture commune prend du temps, et un tel outil favorise cette évolution », souligne Ève Demumieux. L'objectif est aussi d'adopter des processus de travail harmonisés et d'encourager la transversalité.

Le projet a été mené en un temps très court, de fin septembre 2009 à janvier 2010, le lancement du recrutement des contributeurs ayant débuté à l'été 2009. L'équipe projet a réuni 11 salariés de différentes chaînes, issus de la communication interne et de l'ingénierie et des systèmes d'information. Le logiciel Sharepoint de Microsoft a été retenu, tandis que le développement et l'intégration ont été confiés à la société Expertime, et le graphisme à Tequilarapido-Altran.

« Les collaborateurs trouvent dans Monespace des informations utiles au quotidien, et ils ont accès aux activités des autres secteurs de l'entreprise, ce qui n'était pas le cas auparavant », indique Ève Demumieux. Aux fonctionnalités des anciens intranets, de nouvelles s'ajoutent comme la vidéo, les espaces collaboratifs, les audiences, les jeux et quiz en ligne, etc. On y trouve des actualités liées aux métiers, des informations RH et des informations locales et de proximité, alimentées par un réseau d'une centaine de contributeurs régionaux.

Trois types d'espaces sont accessibles : les espaces de communication, qui comprennent les informations sur l'entreprise, son organisation, l'activité de ses directions et des applications métiers. Les espaces dédiés sont mixtes, destinés à la communication et à la collaboration. La DRH a par exemple créé son espace dédié aux 350 salariés de la filière. Dénommé Ressources et vous, il leur offre des fonctionnalités collaboratives, un calendrier du métier et des documents propres. Enfin, les espaces projets sont purement collaboratifs et destinés à des projets ou missions accessibles à des équipes restreintes et avec une durée de

FRANCE TÉLÉVISIONS

- Activité : audiovisuel.
- Population concernée : 8 500 collaborateurs.
- Lancement : 4 janvier 2010.
- Budget du projet : 200 000 euros.
- Chiffre d'affaires 2010 : 3 milliards d'euros.

GROUPAMA

MOUVY ACCOMPAGNE LA MOBILITÉ DES SALARIÉS

Groupama fait de la mobilité une des priorités de sa politique RH. Pour la promouvoir et doter ses collaborateurs de toutes les informations utiles pour la réussir, l'assureur a renouvelé et enrichi le contenu de son intranet Mouvy.

Le lancement, le 2 mars 2011, de la nouvelle version de Mouvy, l'intranet de Groupama dédié à la mobilité, découle d'une volonté du groupe formalisée dans un accord d'entreprise sur le sujet signé en mai 2010. Les modalités d'accompagnement de la mobilité y sont précisées et une référence précise à Mouvy est intégrée, s'agissant de la diffusion des offres à pourvoir. Les collaborateurs peuvent en effet évoluer dans 50 entreprises* et accéder à 130 métiers. Le groupe comptabilise plus de 2 000 mobilités par an en France, sous toutes leurs formes.

Perspectives de carrière

Autre motivation de l'entreprise : « Le baromètre d'opinion du groupe réalisé par Ipsos nous a montré que ce souhait de développer leur parcours professionnel était très fort chez les salariés, rapporte Laurent Bekaert, directeur de la communication interne et de la marque employeur au sein de la DRH groupe : 47 % de nos salariés – un chiffre en hausse de 8 points par rapport à 2008 – pensent que le groupe leur offre des perspectives professionnelles. Nous considérons que c'est une attente des collaborateurs que nous devons prendre en compte. En outre, nous pensons que la transversalité et les échanges de bonnes pratiques améliorent la performance. Et la meilleure façon de tirer partie de ces échanges est que certains collaborateurs passent d'une entreprise à une autre. »

Le site dédié aux parcours professionnels est accessible depuis le portail d'informations de Groupama, le Kiosque. L'ancienne version de Mouvy, lancée en 2007, proposait simplement une recherche d'offres, la candidature en ligne et la création d'une alerte e-mail automatique. Grâce à l'expérience des précédents intranets, le cahier des charges a pu être très précis, et grâce à la souplesse de la solution, le budget a été réduit à 50 000 euros.

Le groupe projet était composé en grande partie de représentants de la DRH, mais également de la direction de la communication externe et du département supports et services. L'animation au quotidien est réalisée par l'équipe communication de la DRH groupe, et le réseau des recruteurs l'alimente en annonces. Le groupe comprend 40 DRH et 40 responsables de recrutement mobilité.

Campagne d'affichage

Côté prestataires extérieurs, l'entreprise a fait appel à l'agence digitale LP Active pour la création graphique et l'accompagnement éditorial, et à l'éditeur Rflex pour la mise en cohérence graphique des pages de consultation des offres. Une animation sur l'intranet a annoncé le lancement du site, et une campagne d'affichage, conçue pour être utilisable de façon pérenne, a été lancée quelques jours avant l'ouverture du site. Ensuite, lors de salons de recrutement internes, une présentation de Mouvy a été réalisée.

« Nous voulons donner la possibilité à un salarié qui occupe des fonctions de gestion de s'orienter vers la relation clients, puis pourquoi pas, vers la fonction commerciale. Ou l'inverse », explique Laurent Bekaert. Entre 400 et 500 offres sont régulièrement mises à jour.

Visualiser les parcours

Le site apporte aux salariés des informations sur les différents métiers et les parcours professionnels au sein du groupe. Des témoignages vidéo de collaborateurs illustrent aussi concrètement la démarche. Ils ont accès

à 27 fiches métiers et à un GPS métiers pour mieux visualiser les parcours possibles.

Mouvy fait œuvre de pédagogie avec des conseils de recruteurs. Le collaborateur est accompagné dans chaque étape, de la construction de son projet en passant par la rédaction de son CV et de sa lettre de motivation jusqu'à la

vie limitée. Au nombre d'une soixantaine, ils sont de plus en plus demandés.

Depuis le lancement, une équipe resserrée mène le projet : deux chargées de communication interne, un responsable des applications de communication interne et un chef de projet à la direction ingénierie et systèmes d'information. La direction de la communication interne valide la création des espaces dédiés en fonction de l'expression des besoins.

Accompagnement et formation

La direction a aussi un rôle d'accompagnement et de formation. Ainsi, 170 contributeurs ont été initiés à la maîtrise de l'outil et à la gestion du contenu éditorial, pendant une journée, à l'université interne. Les salariés disposent ensuite d'un accès en ligne aux supports. Le jour du lancement, un communiqué avec push a annoncé la naissance de Monespace et une plaquette a été diffusée. Pour poursuivre la promotion du site, une *newsletter* reprend les principales actualités de France Télévisions en incitant à cliquer sur des vidéos de témoignages de collaborateurs. Entre 4 000 et 5 000 visiteurs s'y rendent chaque jour. Les pages les plus consultées sont l'annuaire, les jeux et les quiz, le site RH, les offres de mobilité, les audiences et les petites annonces.

« D'ici à fin 2011, l'accès extranet sera développé, il permettra aux nombreux collaborateurs non sédentaires, qui n'ont pas de poste de travail dédié, de pouvoir consulter le site facilement », annonce Ève Demumieux. En 2012, Monespace migrera sur Sharepoint 2010 et l'entreprise souhaite aussi, à l'avenir, travailler sur la réalisation d'un annuaire personnalisable. ■

V. L.

préparation des entretiens. Il dispose également d'une FAQ sur le fonctionnement du site, d'un moteur de recherche des offres et il peut poser des questions sur la mobilité.
Depuis sa mise en ligne et jusqu'à la fin du mois d'octobre 2011, 550 visites en moyenne par jour et 1 200 000 pages vues ont été recensées ; et 2 965 candidatures ont été déposées, soit + 22 % par rapport à la même période en 2010. Le taux de rebond est de 85 %, ce qui signifie que la majorité des collaborateurs parcourent plusieurs pages du site durant leurs visites, marquant ainsi leur intérêt pour le sujet.
Pour l'avenir, « nous voudrions rendre le site plus interactif s'agissant de l'aide apportée au collaborateur pour construire son CV et sa lettre de motivation, et poursuivre le renouvellement des vidéos-portraits sur nos métiers ». À plus long terme, une réflexion globale sur la politique de mobilité à l'international est engagée. ■

V. L.

* Y compris les filiales internationales.

GROUPAMA

- **Activité :** assurance, banque et services.
- **Population concernée :** 28 600 salariés en France, sur un total de 38 500 dans le monde.
- **Lancement :** 2 mars 2011.
- **Budget du projet :** 50 000 euros.
- **Chiffre d'affaires 2010 :** 17,6 milliards d'euros.

PAGESJAUNES GROUPE

SUR EURÊKA, LES COLLABORATEURS SONT SOURCE D'INNOVATION

Eurêka, la plate-forme collaborative du groupe PagesJaunes dédiée à l'innovation, est née dans un contexte de mutation de l'entreprise vers le support Internet, qui a choisi d'y associer ses salariés, notamment avec un projet qui favorise les échanges transversaux et libère les initiatives.

Avec six acquisitions depuis 2010, le groupe PagesJaunes s'est considérablement transformé ces dernières années. « Nous souhaitons faire évoluer notre positionnement historique d'annuairiste pour devenir un des acteurs incontournables d'Internet, leader de l'information locale », explique Anne Chaintron, responsable de la communication managériale-RH et innovation participative. L'ambition du groupe est de réaliser 70 % de son chiffre d'affaires sur Internet d'ici à 2012. Afin de réussir cette transformation, il a fait le choix d'impliquer ses salariés à travers le site intranet Eurêka.

Baptisé ainsi en référence à la formule d'Einstein, le projet est lancé en bêta-test début 2009. À l'aide de la technologie open source, Net-ng, le partenaire technique, développe une plate-forme collaborative sur mesure, intuitive et ludique.
Après une phase test concluante sur un échantillon représentatif de 600 personnes, le projet est déployé en septembre 2010 à l'ensemble des collaborateurs. Il s'adresse aux différentes directions de PagesJaunes SA, aux filiales françaises Embauche.com, Mappy, Keltravo, PagesJaunes Marketing Services, Horyzon Media, À vendre À Louer, et aux filiales 123people et Editus.
Les objectifs sont nombreux : accompagner le changement et faire adhérer à la nouvelle stratégie, changer les comportements managériaux en décloisonnant et en favorisant les échanges transverses, mais aussi renforcer la culture d'innovation et développer l'esprit d'initiative.
« Nous avons voulu jouer la transparence et la simplicité, commente Carole Andriamadison, chef de projets. Chacun peut proposer une idée pour un service totalement étranger à sa sphère professionnelle. Les idées émises le sont soit spontanément, soit répondent à des défis lancés par les directions opérationnelles. » La devise d'Eurêka, « une bonne idée peut tout changer », se décline dans tous les domaines. Par exemple, Keltravo a noué un partenariat avec Axa pour pouvoir proposer une assurance fin de travaux à ses utilisateurs, grâce à une idée proposée par un collaborateur.

30 experts ou référents

« Lorsqu'une idée est proposée, un correspondant Eurêka est chargé de vérifier qu'elle est compréhensible par tous, qu'il n'y a pas de doublon et qu'elle rentre dans les objectifs d'Eurêka, explique Anne Chaintron. L'outil propose ensuite d'affecter l'idée à l'un des 30 experts ou référents métier. À ce stade, l'idée peut être commentée par n'importe quel collaborateur car elle est visible par tous. À partir de l'avis émis par les experts, les managers arbitrent sur la mise en œuvre des idées. »
« Nous organisons aussi régulièrement des défis qui permettent de générer des idées sur un thème

PAGESJAUNES GROUPE

- **Secteur d'activité :** média et communication.
- **Population concernée :** 4 776 salariés.
- **Lancement :** septembre 2010.
- **Budget du projet :** 100 000 euros.
- **Chiffre d'affaires 2010 :** 1,1 milliard d'euros.

précis pendant une période déterminée, explique Carole Andriamadison. À l'issue du défi, nous présentons une étude synthétique de toutes les propositions émises à un jury composé de directeurs et d'experts et nous leur remettons des recommandations. »
L'animation est un facteur clé de succès, selon l'entreprise. Un *community manager* assure en permanence la publication de contenus qui annoncent les nouveautés, motivent et relancent les salariés. Une campagne vidéo et d'affichage a accompagné le lancement, et des *newsletters* permettent d'attirer de nouveaux contributeurs. L'équipe Eurêka va également à la rencontre des collaborateurs sur les différents sites. L'outil, intuitif, ne nécessite aucune formation.
Suivant leur pertinence et le niveau d'avancement, les idées retenues permettent aux collaborateurs de cumuler des points, qu'ils peuvent convertir en cadeau ou en don à une association. La reconnaissance prend aussi la forme d'un événement au cours duquel un prix est remis. Ainsi, pour le défi Mappy, une télévendeuse de PagesJaunes Marketing Services à Angoulême est venue spécialement à Paris pour recevoir son prix et présenter son idée au comité de direction de la filiale, aux responsables de la DRH et au directeur général adjoint.

Après un an d'existence, plus de 2 900 idées ont été déposées sur Eurêka.

Sentiment d'appartenance

Mais, pour PagesJaunes, la plus belle reconnaissance pour les collaborateurs est de voir leurs idées réalisées. Après un an d'existence, plus de 2 900 idées ont été déposées sur Eurêka et 33 sont déjà déployées, sur plus de 160 idées dont le potentiel a été identifié. La plupart des idées concernent de nouveaux services ou des évolutions fonctionnelles. Un succès pour le groupe PagesJaunes et ses collaborateurs, « grâce à un projet qui renforce le sentiment d'appartenance », selon Carole Andriamadison.
Les perspectives d'avenir s'orientent autour du développement d'une version mobile et des fonctionnalités qui permettront encore plus d'échanges entre les salariés. ■

V. L.

RÉGION ÎLE-DE-FRANCE

ELIEN TISSE LA TOILE

Le site de la région Île-de-France dédié aux agents des lycées issus de l'Éducation nationale offre une communication de proximité favorisant leur intégration à la collectivité. Il constitue également le moyen privilégié de promotion de la mobilité.

Conséquence de la décentralisation, entre 2007 et 2010, 8 500 agents des lycées ont demandé leur intégration à la fonction publique territoriale, devenant ainsi agents de la région. Pour Michel Prud'homme, directeur général adjoint chargé du personnel et des ressources humaines du conseil régional d'Île-de-France, l'enjeu a donc été « d'intégrer ce personnel venant de l'Éducation nationale, aux parcours et culture très différents de ceux des agents du siège du conseil régional ». Le siège accueille en effet davantage une population de cadres (catégorie A) – bien moins nombreux, environ 1 700 aujourd'hui –, réalisant des rapports et des études, tandis que les agents des lycées sont plutôt des ouvriers (catégorie C), agents techniques des métiers de la restauration collective, de la maintenance et de l'entretien.

Faire le lien entre les agents

Il a fallu mettre en commun toute la politique RH, et le meilleur moyen de communication interne imaginé pour toucher ces nouveaux agents a été la mise en place d'un extranet rattaché à un intranet plus global de l'institution. Dénommé eLien, il a pour objectif de « faire le lien » entre les agents « franciliens » dispersés dans 471 établissements de la région et d'accroître leur sentiment d'appartenance à la fonction publique territoriale. Il leur

GUILLAUME GUÉNÉGOU

CHEF DE PROJET PRIX INTRANET, GROUPE CEGOS

« Les réseaux sociaux d'entreprise placent le collaborateur au cœur des échanges »

E & C : Quelles sont les tendances marquantes de cette 14e édition du Prix Intranet ?
G. G. : Tout d'abord, sur 37 dossiers reçus, 12 émanent du secteur public – universités, conseils régionaux et généraux notamment –, ce qui marque un réel intérêt de ces organisations pour se mettre à la page des évolutions des intranets. Comme dans le secteur privé, elles sont confrontées à des candidats et à des collaborateurs qui utilisent au quotidien, à titre personnel, les technologies 2.0. Autre tendance très nette : l'émergence de la notion de réseau social d'entreprise (RSE). Il y a deux ans, le sujet pouvait sembler encore quelque peu marketing. Aujourd'hui, on voit des projets concrets se réaliser autour de plates-formes qui permettent des échanges à la fois descendants, horizontaux, verticaux et transversaux, quels que soient les salariés concernés. Et on constate l'émergence de réseaux sociaux dans des entreprises qui ne sont pas spécialement technophiles.

E & C : Qu'est-ce qui pousse aujourd'hui les directions à s'intéresser aux réseaux sociaux d'entreprise ?
G. G. : Les RSE sont utilisés par les DRH et les directions générales pour échanger et communiquer sur des sujets stratégiques ou des projets de développement des compétences. Ils offrent un gain de temps considérable sur le partage de l'information. Leur intérêt réside dans la mise en relation des collaborateurs, quelle que soit leur localisation géographique et fonctionnelle dans l'entreprise. Des échanges entre des collaborateurs qui n'auraient jamais eu

DES AGENTS DES LYCÉES

RÉGION ÎLE-DE-FRANCE

- **Activité :** administration.
- **Population concernée :** 8 500 agents des lycées (effectif total : 10 401 agents).
- **Lancement :** novembre 2009.
- **Budget du projet :** 80 000 euros pour la refonte globale, 6 000 euros pour la déclinaison extranet.
- **Budget du conseil régional 2010 :** 4,6 milliards d'euros.

eLien
L'intranet des agents de la Région Île-de-France
Actualités
Infos RH
Infos Pratiques
Métiers
Rechercher
Versement de la pension de retraite : fin du dispositif du traitement continué
Téléchargez le règlement du temps de travail
Retrouvez tous les conseils pour réussir votre mobilité
Objectif le Top 5 !
Un nouveau règlement du temps de travail pour les agents des lycées

donne aussi accès à toute une série de documents pratiques à télécharger.

Le projet a débuté en juillet 2008 autour de représentants de la communication interne et de la direction des services informatiques. La société Klee a été retenue pour la prestation technique du *back office* de l'extranet. Celui-ci a été lancé en novembre 2009, quelques mois après la nouvelle version de l'intranet pour les agents du siège. Depuis, la gestion éditoriale est assurée par le service de communication interne, qui utilise le système de gestion de contenu Typo3.

Pour informer les agents de la création de ce nouvel outil et les accompagner dans son appropriation, un courrier personnalisé leur expliquant la procédure de connexion et l'intérêt du site leur a été adressé. Un dépliant mode d'emploi et un tapis de souris aux couleurs de l'extranet ont été distribués, ainsi qu'une carte au format d'une carte de crédit pour y apposer leurs identifiant et mot de passe. De plus, des communications régulières *via* le bulletin de paie et le journal interne ont été réalisées. Des sessions d'accueil de plusieurs centaines de personnes ont été organisées, avec des projections pédagogiques autour du nouvel extranet. Par ailleurs, des demandes ont été faites auprès des proviseurs afin de mettre à disposition des ordinateurs en libre accès.

Préparer la mobilité

Outre toutes les actualités de l'institution régionale, une rubrique Infos RH détaille toutes les informations relatives au déroulement de carrière, à la formation, aux rémunérations, aux prestations sociales et à l'hygiène et sécurité. Cet espace est celui qui est le plus consulté, avec les offres de postes ouverts à la mobilité alimentées par la sous-direction des ressources humaines des lycées. À cette fin, ils ont aussi accès à un clip RH vidéo, qui leur donne des conseils pour rédiger leur CV et préparer leur entretien. Un enjeu de mobilité important au regard du taux de turnover de 7 %. Depuis le lancement du site, 837 postes ont été ouverts et 366 agents des lycées ont effectué une mobilité.

L'enquête de climat social 2011 a fait ressortir que le site extranet était le support qui apportait le plus d'informations aux agents des lycées. De plus, cet outil a permis, selon Michel Prud'homme, « de créer des synergies nouvelles entre les services et de développer de nouvelles organisations du travail transversales ».

À l'avenir, « nous souhaitons développer la Web TV, qui permet de faire passer de nombreux messages pédagogiques », explique Laurence Dominic, responsable du service communication interne. ■

V. L.

l'occasion de se rencontrer sont rendus possibles. Ces fonctionnalités permettent aux salariés de se créer un profil, de mentionner leurs compétences, leurs centres d'intérêt, de noter des informations et de les transférer.

E & C : En quoi leur mise en place modifie-t-elle la façon de travailler, de partager l'information et de manager ?

G. G. : Paradoxalement, ces outils remettent l'humain au cœur des échanges au sein de l'entreprise. La transversalité et l'interactivité sont ainsi au centre des objectifs visés, un fonctionnement hiérarchique très cloisonné n'étant plus forcément approprié. Dans un environnement où les salariés peuvent être démotivés, on leur donne la possibilité de prendre des initiatives et d'avoir de bonnes idées, au service du développement et de l'innovation de l'entreprise. Et ils s'engagent en leur nom. Dans les candidatures, nous avons d'ailleurs observé que de plus en plus d'entreprises valident l'information *a posteriori*, voire n'ont pas de modérateurs. Elles prennent le parti que les collaborateurs sont suffisamment responsables. Les RH doivent alors veiller à ce que ceux qui contribuent fortement, partagent de bonnes pratiques, soient récompensés en interne. Si leurs initiatives ne sont pas valorisées, ils risquent d'arrêter de contribuer. Si le partage de l'information est inscrit dans les missions d'un salarié, son manager pourra très bien en tenir compte au cours de son entretien d'évaluation, par exemple.

E & C : Quelles prochaines évolutions des intranets peut-on attendre ?

G. G. : Nous remarquons de plus en plus que la frontière devient floue entre les sites internes et les sites externes. Des RSE tissent des liens avec des communautés et des médias sociaux externes comme Viadeo, LinkedIn, voire Twitter, et de plus en plus d'entreprises créent leurs pages sur ces réseaux. L'évolution peut prendre du temps, car la crainte de perdre la confidentialité de certaines informations demeure. L'accès aux sites intranets en mobilité va aussi se poursuivre. Davantage d'entreprises élaborent des versions dédiées aux smartphones et tablettes, et les collaborateurs pourront de plus en plus accéder à l'ensemble des contenus et applications. Enfin, les entreprises s'équiperont de plus en plus avec des outils tactiles, dans la prolongation des usages de la sphère privée, et auront recours à la vidéo à distance.

PROPOS RECUEILLIS PAR V. L.